

UMA IMAGEM DO RIO EM 1935

CELSO CASTRO¹

Em 1935 Osvaldo Oricopublicou *Imagem do Rio de Janeiro* (Pongetti,118p.), que nesse mesmo ano havia sido premiado em primeiro lugar, dentre onze concorrentes, num concurso do “melhor livro sobre viagens no Brasil” promovido pelo Touring Club do Brasil e pela editora Civilização Brasileira.² Orico, escritor paraense nascido em 29/12/1900, mudou-se em 1919 para o Rio, onde se formou em Direito e exerceu o magistério na Escola Normal, até 1932. Após a vitória da Revolução de 1930, foi por um breve período diretor da instrução Pública do Distrito Federal. Já havia publicado mais de dez livros antes de *Imagem do Rio de Janeiro*, premiado no mesmo ano em que retornou ao Pará, e pouco antes de ser eleito para a Academia Brasileira de Letras.³

Buscaremos destacar as principais representações que o autor faz sobre a cidade do Rio de Janeiro, na perspectiva de um estudo sobre a construção histórica de sua imagem turística. O livro narra a viagem de um entediado e melancólico milionário americano, Mr. Gray, ao Rio. Morador de New York, ele não tem apreço algum pela cidade: “Ninguém vive aqui porgosto. Só se permanece o tempo necessário para fazer fortuna.” (p. 11) Para fugir à monotonia de seu cotidiano e à sensação de inutilidade com a vida cinzenta que Mr. Gray leva – o nome provavelmente não foi dado ao personagem por acaso⁴ –, seu secretário privado, Puck, sugere uma viagem. O patrão, no entanto, descarta de antemão “o turismo industrial da Europa, com seus *baedekers*⁵ fatigados e seus cicrones ignorantes” (p. 12), que apenas aumentariam sua melancolia, bem como um amável convite do rei do Afeganistão

¹ Professor da Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV/CPDOC) e doutor em Antropologia Social (Museu Nacional/UFRJ). Agradeço a Dirceu Marroquim pela generosa oferta desse livro.

² A comissão julgadora foi composta por Dante Costa, Afrânio Peixoto, Herbert Moses, Pires Rebelo e Berilo Neves.

³ Osvaldo Orico foi também deputado federal e diplomata. Faleceu no Rio de Janeiro em 19/2/1981. Para seus dados biográficos foram consultados os sites da Wikipédia e da ABL.

⁴ “Gray” significa a cor cinza em inglês, segundo a ortografia tradicional americana (no inglês britânico é mais comum usar “grey”).

⁵ Referência ao famoso guia de turismo alemão.

para uma estação de vilegiatura, pois Mr. Gray estava fatigado de sua última viagem ao faroeste americano, onde ficara por dois meses hospedado em um *wigwam* [tenda] de índios. (p. 13)

Uma correspondência que recebeu com fotos de vistas do Rio de Janeiro e de seu carnaval, no entanto, despertam a curiosidade de Mr. Gray, que se lembra de seu falecido pai ter falado muito da cidade, que visitava todo mês de fevereiro, como sendo aquela “em que mais a gente se extasia e visualmente se diverte.” Esse material de propaganda chega, por coincidência, um dia após Mr. Gray ter se consultado com um famoso psicólogo de origem alemã, um certodr. Hans Zweig, que lhe recomenda uma viagem terapêutica ao exterior – *GebirgeundStränd Rios – 40 Tage* (“40 dias de montanhas e praias no Rio”). (p. 14) Na saída do consultório, Mr. Gray surpreende-se ao encontrar outro milionário, Mr. Stanley, que tentara se matar, também fatigado da vida na metrópole. Mr. Stanley curara-se de sua depressão e ficara “novinho em folha” após ter seguido a receita do mesmo psicólogo: “O Rio, à noite, do Pão de Açúcar” (p.16) Decidido a equilibrar seu organismo fatigado da paisagem metálica e cinzenta de New York com uma forte dose de natureza, como uma espécie de “injeção nos sentidos”, Mr. Gray decide viajar para o Rio.

Já no dia seguinte, acompanhamos nosso entediado milionário embarcando no avião privado que contratara para sua viagem, levando como convidados, além de seu secretário, uma comitiva de jornalistas, cientistas, pintores, decoradores, industriais e homens de negócio – todos “acossados pelo demônio da neurastenia, o mais perigoso flagelo dos nervos” e em busca da “terapêutica visual” brasileira. (p. 16) Após fazer várias escalas, o avião finalmente amanhece sobre a baía de Guanabara, entre jorros de luz de um belo dia tropical. O secretário acorda Mr. Gray dizendo: “Não precisa acordar. Basta abrir os olhos e continuar o sonho. Aí tem o Rio de Janeiro como um presente de festas para a vista.” (p. 17)

Mr. Gray vai então, maravilhado, reconhecendo narrativas e imagens presentes em sua memória, reanimadas pelo misto de reverência e de êxtase com que vai identificando o bondinho do Pão de Açúcar, a estátua do Cristo Redentor... O Rio aparece, em primeiro lugar, como uma festa para os olhos, como uma grande tela viva emoldurada por suas montanhas e praias. Absorvidos na contemplação da paisagem, Mr. Gray e sua comitiva nem se dão conta de que por detrás dos morros e praias “se alinhavam os arranha-céus e os

bangalôs, vestindo as partes planas do Rio com a fatiotamoderna das *towns* americanas.” (p. 20-21)

Ao desembarcar no Rio, nosso viajante é recepcionado com todas as honras, recebendo as chaves da cidade das mãos do prefeito, acompanhado de altos comissários, representantes do Touring Club, jornalistas e a personalidades da alta sociedade dessa “metrópole elegante e culta da América do Sul.” (p. 21) Em entrevista a jornalistas, Mr. Gray diz que não se contentará em responder com lugares comuns a respeito da paisagem paradisíaca dessa cidade vaidosa, que gosta de ser louvada. Ele diz que deseja, em primeiro lugar, “sentir o Rio”, principalmente através do carnaval, que seu pai dizia ser o mais típico e fascinante do mundo.

Nosso visitante faz então um discurso sobre como deve ser a propaganda do turismo no Rio, que precisa ter um plano bem imaginado e estudado, pois, como lera em um artigo sobre o turismo em França, “não há turismo espontâneo” (p. 27) Em seguida explica como se deve “vender” um destino turístico. Não basta recomendar a paisagem, é preciso juntar a ela a “força de acontecimentos irresistíveis” que despertem o interesse dos indivíduos, a exemplo do ano-santo em Roma, das peregrinações de Lourdes, das curas termiais de Vichy ou do congresso eucarístico de Buenos Aires (p. 27). É preciso, diz Mr. Gray, traduzindo a impressão que a leitura do artigo lhe causara, transformar “a grande vida cênica do Rio numa feira internacional e emoções, num espetáculo cosmopolita, numa festa do mundo.” (p. 28) No caso do Rio, esse evento seria o carnaval, festa da multidão aqui comemorada como nenhum outro povo. Foi isso que motivou sua viagem: “Afogar o meu *spleen* [melancolia, tédio] de onze meses e 25 dias nesses três dias que valem o ano todo.” (p. 29)

oOo

Terminada a palestra, Mr. Gray convida os jornalistas presentes a acompanhá-lo ao seu primeiro passeio às praias do Rio. O livro descreve a seguir, de forma mais literária que informativa, os atrativos da cidade. Não há ilustrações, mapas nem listas de hotéis, restaurantes, atrações, endereços ou horários. A descrição da visita se faz, às vezes, na voz de Mr. Gray. Ele, no entanto, vai perdendo aos poucos densidade psicológica e abandonando a narrativa, cedendo seu lugar, cada vez mais, a um narrador anônimo.

Que chega ao Rio não percebe, à primeira vista, que há ali uma cidade. Em meio a montanhas, praias, praças e até mesmo arranha-céus há uma urbe desconfiada que inicialmente se esconde. Inscrita entre a praia e a montanha, o maior encanto dessa cidade, que para o narrador é a oitava maravilha do mundo, reside justamente no fato de que ela é tecida de contrastes.

Chegado à Praça Mauá, o visitante encontra o edifício d'A Noite, e só então a cidade começa a surgir, revelando-se plenamente, “num espetáculo soberbo”, ao se chegar à sua principal artéria central, a Avenida Rio Branco. Segue-se a Praça Paris, “o sorriso de Versailles pousado à beira mar.” (p. 30)

É no diálogo entre a montanha e a areia que se desenvolve grande parte do espetáculo turístico do Rio. O visitante vai passeando de carro, através de dez léguas de avenidas e praias, até chegar ao Leme e a Copacabana, praias “de uma beleza indizível” e de areias magnificamente povoadas por “sereias”. Mr. Gray, diante desse “banquete visual”, desce do carro e veste uma roupa de banho para observar de perto essas formosuras, tingidas de moreno por seus banhos de sol. Ali contempla e festeja ao mesmo tempo “o encontro dessas duas almas volúveis: a da mulher e a da areia.” (p. 39).

Do mar, atravessando as avenidas Vieira Souto, Delfim Moreira e Niemeyer, a comitiva segue para a floresta, entrando pela Estrada da Tijuca e continuando até o caminho da Gávea, o Joá e o Dois Irmãos. São “passeios que valem um sonho. Contos de fadas traduzidos para a realidade.” (p. 41). Riachos, cascatas e pequenos lagos revelam-se no caminho que leva até o Alto da Boa Vista: “Em qualquer ponto a vegetação é um convite ao repouso. De qualquer ponto a vista é um presente aos sentidos.” (p. 42) Na Gávea, Mr. Gray encontra o melhor espírito esportivo da cidade, marcado pela grande corrida automobilística que o Touring Club promovera em 1934. Terra de todos os esportes, a Gávea é também local de outro “esporte” comum a toda a cidade, “desde o mais belo salão aristocrático à mais humilde praça do subúrbio: o amor distraído e furtivo” que se desenvolve no vale chamado de represa do Tatu (p. 51).

No dia seguinte, nossos visitantes vão à Praia Vermelha e tomam o bondinho para o Pão de Açúcar, emblema decorativo mais célebre da cidade. Mais que um símbolo apenas do Rio, essa montanha define o próprio Brasil, a exemplo da Estátua da Liberdade para a América, da Torre Eiffel ou do Arco do Triunfo para Paris, dos sinos da Abadia de

Westminster para Londres e da Torre de Belém para Lisboa. É, assim, a terra que melhor “espelha e retrata o Brasil.” (p. 43) Dádiva da natureza, essa montanha-símbolo não precisou ser construída pelo homem, como os monumentos estrangeiros citados.

A vista da cidade à noite, do topo do Pão de Açúcar, é nada menos que o espetáculo mais belo que se pode ter na Terra. Cidade-luz, recorde de iluminação noturna, a eletricidade, deusa por excelência do século XX, trouxe ao Rio a marca de uma civilização que vai além de sua beleza natural, por mais sublime que esta seja. A luz deixou para trás a escura e lenta cidade colonial, ajudada pela ação reformadora e renovadora de um grande administrador, Pereira Passos, e de um grande higienista, Osvaldo Cruz. Assim, num curto espaço de tempo passou-se da primitiva cidade colonial, a uma verdadeira metrópole moderna, com ampla iluminação pública e abastecida por dois mil bondes e 175 ônibus de luxo que transportam rapidamente seus dois milhões de moradores.

O dia seguinte é consagrado ao Corcovado, com seu impressionante caminho de ferro, maravilha da engenharia do século anterior. É o monumento cristão da cidade, que se tem sempre perto da vista e do coração. Um caminho de peregrinação, no qual o viajante vai subindo com seu coração, até chegar ao topo, onde se aspira um ar de santidade: “À proporção que sobe, o homem sente que a alma fica mais leve. Quando dá por si, está puro como o ar que vem da mata. Leve como quem vai para Deus.” (p. 68)

Em seguida, o comissário de turismo e o presidente da Associação Brasileira de Imprensa convidam Mr. Gray para assistir o Carnaval de 1935. O comissário explica que está ocorrendo uma grande transformação nessa festa popular. Ela estava rapidamente deixando de ser “o reinado da bruxaria festiva” e dos “infusórios bárbaros”, a “fogueira das loucuras promíscuas” que se desenrolava em trajes ridiculamente improvisados pelas ruas da Central e da Leopoldina (p. 70-71). Esse tipo de Carnaval de rua, de que ainda havia muitos saudosistas, estava morrendo e dando lugar ao Carnaval dos magníficos salões. A festa, vestida agora de seda e de ricas fantasias, passava a ser ambientada “nas estufas doiradas, nos aposentos luxuosos e no regalo dos finos ambientes.” (p. 72) Transformou-se em uma festa metropolitana, de uma “civilização social elaborada no trópico” (p. 75). Desse modo, a festa podia ser invocada como um grande atrativo para o mundo.

Essa transformação não significava, todavia, que o carnaval popular tivesse desaparecido completamente das ruas. Os anfitriões levam Mr. Gray, ao anoitecer do dia

seguinte, para um percurso que começa pela Praça Onze, com sua polifonia de sons, cantos, cores e cheiros de todos os matizes. Diferente das cidades construídas somente para se viver, o Rio de Janeiro também teria sido feito para ser *sentido*. O narrador cita então um longo trecho de Graça Aranha a respeito desse carnaval popular:

“Liberação dos sentidos, envolventes das massas frenéticas, que maxizam, gritam, tresandam, deslumbram, saboreiam, de Madureira à Gávea, na unidade do prazer desencadeado. Carnaval. Tudo efemina-se. Glória da mulher. Ela, para ela e por ela. Inversão universal. Homens-fêmea. Mulheres-macho. Retorno ancestral ao culto lunar, ao mistério noturno. Desforra da fêmea. Ressurreição das bacantes, das bruxas, das diabas. Missa negra, tragédia negra, magia negra. Triunfa a negra, triunfa a mulata. [...] Tudo aperta-se, roça-se freneticamente, gostosamente.” (Cf. p. 76)

É então que se percebe o outro lado do Rio, o seu *avesso*: de um lado, é a cidade das praias, jardins e passeios à beira-mar; de outro, “é a cidade musical e humilde do morro e do subúrbio, a cidade que tem uma história triste para dizer e uma canção brejeira para cantar.” (p. 77) Embora aparente enfeie a cidade, o narrador apresenta o morro como algo que tem lá sua beleza, principalmente devido à música popular e ao carnaval, “que dá às festas de salão um sabor diferente, o tempero necessário à completa alegria.” (p. 78) É por isso que, lembra o narrador, Graça Aranha levava aos morros e favelas todos os visitantes ilustres que chegavam à cidade, como Tagore, Blaise Cendrars e Paul Morand. Ali, eles podiam ver “a civilização de cabeça para baixo”, “ver o Rio do lado do avesso, para sentir a poesia do povo nas suas nascentes obscuras e primitivas.” (p. 78)

Lá se foi Mr. Gray então para o morro, acompanhado de Carmen Miranda, de Lamartine Babo, de André Filho, de Assis Valente e dos artistas mais populares da cidade. Ele visitou “o paraíso musical, a grande oficina do samba”, um lugar que “não conhece as inquietações do capitalismo nem os problemas do câmbio.” (p. 81). Lugar onde se encontra algo comovente: o sentido da vida humilde. A cidade tem, portanto, dois lados: “vista do lado direito, o Rio é uma joia da civilização; vista do lado do avesso, o Rio é uma caixinha de música.” (p. 83) Do alto do morro, Mr. Gray e sua comitiva viram a seus pés a cidade

iluminada e ouviram o hino popular: “Cidade Maravilhosa, / Cheia de encantos mil, / Cidade maravilhosa, / Coração do meu Brasil.”⁶

Após essa intensa experiência de visita aos morros do Rio, o livro prosseguedescrevendo as belezas dos jardins e praças da cidade, seus pássaros e também seus cronistas, que adjetivaram a cidade de diferentes maneiras. Acima de tudo e de todos, porém, pairava a Cidade Maravilhosa, “nome que irrompe de todas as bocas como um grito de aclamação” (p. 93). Para apreciar a cidade em toda sua riqueza, ensina o narrador, o visitante não deve se deter apenas naquilo que outros já viram e descreveram, que de algum modo já lhe é previamente conhecido. Se o visitante for rápido, veloz e fugaz, perderá a virtude de poder descobrir o *sentidoda* cidade, que só se dá a conhecer lentamente e que exige mais do seu espírito que de seus olhos, pois aqui existe, “ao lado da cidade acordada entre as luzes cativantes de suas praças e jardins, [...] a cidade que dorme no mistério dos seus aspectos retraídos, apenas sensíveis à contemplação e não à curiosidade.” (101) *Sentir* esses aspectos não é possível para “o turista apressado que coloca a sua *kodak* diante do primeiro trecho que lhe desperta a atenção: é privilégio dos artistas que sabem namorar o ambiente, que estudam os trechos da vida urbana, sentindo-lhes a poesia anônima, o gosto íntimo, a irrelatada posição.” (p. 100-101).

Nem tudo, no entanto, já está totalmente para receber os turistas estrangeiros nessa maravilhosa cidade tropical. Comparada a Buenos Aires, a outra grande metrópole da América do Sul, o Rio ainda precisa, segundo o narrador, de mais civilização. Precisa dormir mais tarde e deixar de lado hábitos provincianos. Nesse sentido, ele saúda a campanha de turismo iniciada pela Prefeitura do Distrito Federal que levou à instalação do Cassino Atlântico no Posto 6 da Praia de Copacabana, onde também são realizadas festas típicas com bom gosto decorativo.

Na quarta-feira de cinzas, Mr. Gray sobe a serra, decidido a descansar da multidão e ficar a sós consigo mesmo, apesar de ir acompanhado de toda a sua comitiva. Viajando de automóvel com a capota arriada, ele e seus companheiros visitam Petrópolis. Esse tour à serra completa 40 dias de viagem que cumpriram plenamente aquilo que o psicólogo, professor Hans Zweig, receitara:

⁶ Essa famosa marcha fora composta em 1934 por André Filho e arranjada por Silva Sobreira para o Carnaval de 1935.

“Sentiam-se todos perfeitamente felizes, inteiramente restabelecidos, com outras disposições para enfrentar a vida mecânica dos grandes centros da América. O Rio fora, realmente, uma injeção nos sentidos. Tonificara-lhes o organismo, devolvendo-lhes o ânimo para a luta.” (p. 111)

O livro encerra-se com páginas de louvor à obra do Touring Club do Brasil, que desde 1923 vinha se esforçando por transformar o Rio de Janeiro numa destinação para o turismo internacional.

oOo

Imagem do Rio de Janeiro não foi escrito como um guia turístico. Seu estilo é claramente literário, e seu objetivo fora vencer um concurso. O livro lança mão, no entanto, de um conjunto interessante de narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro que, até pelo fato de ter sido premiado, representa uma visão sobre a cidade que vale a pena agora tentar sintetizar.

Em primeiro lugar, a cidade é representada como um misto de natureza – que deslumbra e que se percebe à primeira vista – e de civilização – que só aos poucos se revela. Uma urbe civilizada nos trópicos, com costumes modernos e uma iluminação que a destaca dentre as grandes cidades do mundo. A narrativa exalta a intervenção urbana presente na natureza organizada das praças e jardins e no traçado moderno e renovado de suas artérias principais, que deixaram para trás a lenta e tortuosa cidade colonial. Elogia a modernidade do caminho de ferro que leva à estátua do Cristo Redentor, não fazendo menção a outros monumentos religiosos mais antigos. Desenha-se, assim, uma visão (que também é uma versão) modernizante e elitista da cidade e do turismo que nela se deveria desenvolver.

Há espaço, no entanto, para o elogio do seu “avesso”, marcado pelo morro, pelas favelas e pelo subúrbio, em especial pela música e pelo carnaval que lá habitam. Esse “outro lado”, mais intensamente sensual, aparece porém claramente restringido tanto no tempo – o carnaval – quanto no espaço – os morros, favelas e subúrbios – e subordinado na hierarquia social e turística da cidade. Trata-se de um lado primitivo que, devidamente contextualizado

e controlado, pode ser também fonte de fruição estética e sensorial para o turista. Vale lembrar que a sensualidade da cidade já se apresentara, para além da orgia de cores da cidade, também no corpo bronzeado das “sereias” de Copacabana e no “namoródromo” ao ar livre da Gávea, em meio à floresta. A cidade, no entanto, também é exaltada em seus aspectos espirituais (na subida ao Cristo Redentor) e terapêuticos (na viagem à serra de Petrópolis).

Turistas ilustres como Mr. Gray e seus acompanhantes devem, acima de tudo, e para além da visão deslumbrante da cidade, conseguir também senti-la, algo que apenas se vive com mais calma e tempo. Para além de uma percepção exótica da cidade, que o narrador busca descartar, revela-se então uma metrópole tropical moderna, sensualmente (e sensorialmente) estimulante. Esta dupla natureza da cidade é que deveria ser divulgada ao mundo, de forma planejada e decidida, pelos promotores de seu turismo.